

¿Cómo se encuentra el buen cine mexicano?

How is the state of quality Mexican cinema?

Luciano Sebastián Ramírez Patiño¹

Universidad de Guadalajara

México

<https://orcid.org/0009-0002-2534-6238>

lucianopatino11@gmail.com

DOI: 10.32870/rhgc.a4.n7.4.24a

Obra bajo licencia internacional:

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



Recibido: 13/09/2023

Revisado: 17/10/2023

Aprobado: 13/11/2023

Resumen

La industria audiovisual mexicana presenta varios problemas, no es la supuesta ausencia de productos cinematográficos de calidad, es el acceso a los mismos, estas limitantes se encuentran desde la educación en los procesos de distribución y exhibición.

La educación es una de las bases de dicha problemática, sin embargo, el escenario nacional se enfrenta a limitaciones desde aspectos económicos para la compra de derechos de autor, así como aspectos técnicos estrechamente relacionados como lo es el equipo correcto para la distribución y exhibición desde la legalidad.

Los diferentes espacios desde las salas de cine comercial, espacios alternativos, independientes, cinetecas, centros culturales e institucionales deben no solamente lidiar con la competencia directa, la piratería, la formación de públicos, como se ha mencionado anteriormente; uno de los principales obstáculos se encuentra en la educación del tema, no existen profesionistas con títulos especializados en dicho tema.

Palabras clave: industria creativa, industria cultural, regularización, centralización, cine mexicano.

Abstract

The Mexican audiovisual industry has several problems, it is not the supposed absence of quality film products, it is the access to them, these limitations are found from education in the processes of distribution and exhibition.

Education is one of the basis of this problem, however the national scenario faces limitations from economic aspects for the purchase of copyrights as well as closely related technical aspects such as the correct equipment for distribution and exhibition from the legality.

The different spaces, from commercial movie theaters, alternative and independent spaces, film libraries, cultural and institutional centers, must not only deal with direct competition, piracy and the formation of audiences; as mentioned above, the main obstacles are found in the education of the subject, there are no professionals with specialized degrees in the subject.

Key words: Creative industry, Cultural Industry, Regularization, centralization, Mexican cinema

1. Estudió la Licenciatura en Estudios del arte y gestión cultural en la Universidad de Aguascalientes. Ha laborado en la Retransmisión Circuido de Cine Independiente, Resilientes: Encuentro Digital de diversidad y género, Cinema Nubo, Artefacto/Espacio Experimental y Artemisa: Festival de Ópera y Pedagogía Vocal. Es actual estudiante de la décima generación de la Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural de la Universidad de Guadalajara. ORCID <https://orcid.org/0009-0002-2534-6238>

Introducción

México tiene una larga historia en el cine: la gran época del cine de oro, la nueva oleada de los años noventa, cineastas mexicanos participando y obteniendo premios en los festivales de cine más importantes del mundo, sin embargo, pareciera que, sin Iñárritu, Cuarón y Del Toro no existe otro cine mexicano de calidad.

Responder a estas problemáticas no es tan simple, para ello primero debemos entender desde la teoría, como funciona el cine tanto para su creación como para su consumo y así, analizar cómo dichos procesos se ven afectados por una serie de factores sociales, culturales y políticos dentro de la República Mexicana.

No es un debate sobre la calidad de los productos audiovisuales, existen públicos diversos y todos merecen acceso a los mismos, incluso si estos no cuentan con un valor para las academias, pero es necesario cuestionar por qué solo ciertos productos son expuestos para aquellos que supuestamente pueden apreciarlos, marcando el acceso a las mismas de manera elitista.

El presente artículo explica, cómo es que llegan las películas a los espacios de exhibición, las limitantes, así como áreas de oportunidad en la industria a nivel nacional, comprender cómo es que se relacionan con la educación, las leyes mexicanas y su impacto en la economía como una industria tanto creativa como cultural.

¿Cómo llega el cine a las salas?

Uno de los principales prejuicios del cine mexicano es que carece de variedad, es como si la industria nacional se limitara a realizar comedias románticas, dejando fuera producciones con narrativas e historias más arriesgadas. Esto se trata de un prejuicio para comprender por qué las salas de cine mantienen dichas producciones como una supuesta prioridad, debemos comprender los procesos para llevar una película, sin importar su calidad a los espacios de exhibición.

El cine es una industria tanto cultural como creativa, la principal diferencia radica en sus bases, por un lado, las industrias culturales tienen un trasfondo social, mientras que las creativas tienen un interés primordialmente económico. En el año 2013 la UNESCO definió a las industrias culturales como:

...aquellas que producen y distribuyen bienes y servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener (UNESCO, 2013, p. 7).

En esta categoría entran un sinnúmero de productos culturales, algunos de estos pueden llegar a ser considerados arte, como lo son algunos productos audiovisuales, entre ellos películas, estos pueden e incluso son diseñados para su comercialización, las productoras audiovisuales generan estos productos con la intención de ser comercializados.

La misma UNESCO en el año 2010, definió las industrias culturales como:

...aquellos sectores de actividad organizada que tienen por objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial (UNESCO, 2010, p. 17).

El cine como industria es catalogado tanto creativo como cultural, ya que es diseñado para que el producto final sea comercializado, pero como producto único responde a necesidades sociales. El cine puede ser una obra de arte tanto en su colectivo como por piezas en lo individual; el cine un arte multidisciplinario, existen casos en que el producto final es completamente comercial, pero pueden existir apartados dentro del mismo que si pueden ser calificados como algo artístico, como la música, diseño de arte, etc.

En el cine existen tres etapas principales para el consumo de cine, estas fases funcionan a manera de cadena en los ámbitos tradicionales, pero con los avances del consumo ante un mundo globalizado y capitalista, los procesos han empezado a mezclarse en algunos puntos. Los procesos son conocidos como promoción, distribución y exhibición, en los que se ven involucrados grupos empresariales, organizaciones gubernamentales y proyectos autónomos.

La promoción engloba todo, la educación en el cine para la formación de nuevos creativos, educación para la comprensión y apreciación de los medios audiovisuales, así como los procesos de distribución y exhibición, todo aquello que esté relacionado con la creación y consumo del séptimo arte, entra dentro de la promoción.

Una de las tareas principales de la promoción es la distribución, que es definida por la *Ley Federal de Cinematografía* de la siguiente manera:

Se entiende por distribución cinematográfica a la actividad de intermediación cuyo fin es poner a disposición de los exhibidores o comercializadores, las películas cinematográficas producidas en México o en el extranjero, para su proyección, reproducción, exhibición o comercialización, en cualquier forma o medio conocido o por conocer (2021, art. 16, p. 3).

En pocas palabras, la distribución es el proceso en el que se realizan las copias para su consumo, desde los formatos físicos como caseros, esta etapa afecta directamente la exhibición y su contacto directo con el público.

La exhibición es el proceso final para el consumo de los productos audiovisuales, esto si comprendemos los mismos como un sistema de cadena, Castillo (2007) habla de la misma como una venta de explotación:

La exhibición es la primera de las tres ventanas tradicionales de explotación de una película. Las otras dos ventanas, video y televisión, se han convertido en formas más rentables de comercialización, si bien, la sala reviste de notoriedad a la obra que exhibe y esta notoriedad repercute en la posterior vida comercial de la película (p. 72).

Las artes cinematográficas necesitan de estos tres procesos para su consumo, para llegar a los espacios de exhibición, sin embargo, una serie de factores afectan a los mismos, es en estos procesos donde una serie de factores políticos, económicos y culturales afectan las rutas de las películas.

Estos procesos se ven afectados por aspectos sociales, culturales, políticos y económicos, un ejemplo de esto se encuentran los formatos, las grandes productoras conocidas popularmente como majors, trabajan con formatos como lo son *Digital Cinema Package (DCP)*. Estos formatos permiten una mayor seguridad para los majors, pero su costo es cercano al 1,000,000 de pesos mexicanos limitando su compra a las grandes cadenas de cine comercial, afectando los espacios alternativos e incluso gubernamentales, públicos y educativos como casas de cultura o universidades.

Otra de las problemáticas y una de las causas de la piratería, son los limitantes de los derechos de autor, sobre todo con los *majors*, para realizar la distribución y/o exhibición de un producto es necesario pagar por sus derechos, en algunos casos estos pueden ser negociados bajo porcentajes de taquilla, dividiéndose entre los dueños de los derechos y aquellos que realizan la ruta de distribución. Existen distribuidoras que no cuentan con los espacios de exhibición, lo que causa que dicho porcentaje se divida entre tres, la casa productora, el distribuidor y el espacio de exhibición.

El caso anterior es positivo, existen productoras que no negocian mediante porcentajes, cobran una cuota por proyección, las cuales pueden ser de bajo costo e incluso llegar a los 40,000 pesos, limitando la negociación con los proyectos independientes, emergentes y sin fines de lucro.

Tomando en cuenta que el precio estimado del boletaje es de 60-70 pesos mexicanos, limita mucho las posibilidades de realizar una función fuera de renta por porcentaje, las grandes cadenas de cine pueden negociar esas rentas por mayoreo, sobre todo considerando que cubren grandes territorios y pueden asegurar un estimado en la taquilla, caso contrario al de espacios independientes.

Problemáticas en el cine mexicano

Dentro de las tareas que comparten la distribución y la exhibición se encuentran la construcción de *rutas de distribución*, es ahí donde el producto, es decir, la película genera un proyecto para ser vista y consumida, dentro de festivales, ciclos, salas de cine tanto complejos comerciales como independientes, espacios alternativos, servicios de *streaming*, etc.

El cine como cualquier industria tiene un mercado, el mismo se encuentra fragmentado por diferentes tipos de públicos, así como el libre mercado y la falta en la regularización de leyes dentro de la misma, genera un sinnúmero de oportunidades como problemas para todos los promotores cinematográficos.

En países como Estados Unidos, así como algunas regiones de Europa, no se puede ser productor, distribuidor y exhibidor como compañía por las leyes antimonopolio. En México, esto no sucede, empresas como Cinépolis producen sus propias películas, así como la distribución y exhibición tanto en sus salas de cine como diversos proyectos tanto propios como colaboradores, afectando las oportunidades de distribución y exhibición en sus salas, sino fueron producidos por ellos.

Las tareas de distribución y exhibición han existido desde el inicio del cine, dichas tareas se hicieron más obvias con el avance de las industrias, con el nacimiento de los *majors*, salas de cine, festivales, ciclos y servicios de *streaming*, mismos que están presentes en México hace años; lamentablemente el estudiar dichos procesos no siempre es accesible.

Las universidades mexicanas que ofrecen licenciaturas enfocadas a las artes cinematográficas, enfocan sus planes de estudio en la producción, dejando de lado los procesos de distribución y exhibición, algunas escuelas como lo es la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA), ofrecen un solo semestre de distribución en su plan de estudios, mientras que otras lo ignoran por completo o lo dejan como una materia optativa, que dependiendo de la demanda o contratos con docentes puede desaparecer más adelante.

Este aspecto carga incluso una ironía, sobre todo si consideramos que instituciones como la Universidad de Guadalajara (UDG) cuenta con proyectos fuertemente relacionados con dichos temas, como lo es la Cineteca Nacional junto a su sala extensión Cine Foro y el Festival de Cine en Guadalajara, reconociendo la necesidad de dichos procesos formalmente como una materia en planes de estudio.

El Anuario Estadístico de cine mexicano del año 2022, resume el panorama nacional en educación de la siguiente manera:

En todas las entidades del país, excepto Colima y Tlaxcala, se contabilizaron 115 centros de educación media y superior y otras instituciones académicas, que impartieron 282 carreras técnicas, licenciaturas, posgrados y especialidades relacionados con el cine y audiovisual. Ciudad de México concentró el mayor porcentaje de la oferta educativa con 27%, seguida de Jalisco con el 13% y Puebla con 7%. Los planes de estudio se enfocaron principalmente a la animación, con 41%; mientras que las especialidades de menor oferta académica fueron guión, documental, cine fotografía y dirección. Del total de la educación media y superior en cine y audiovisual, el 13% la ofrecieron instituciones públicas y el 79% se impartió a nivel licenciatura (p. 102).

Si analizamos las estadísticas, podemos ver que solamente dos estados no cuentan con educación profesional en cinematografía, sin embargo, esos mismos datos hablan de certificación de la misma, presentando la capital y el estado de Jalisco. Lamentablemente en el mismo Anuario presenta que el 87% de dichas instituciones son de carácter privado, dejando tan solo el 13% dentro de lo público, mismas que no garantizan educación de bajo costo.

Dentro de los profesionistas de la industria cinematográfica y audiovisual, no existe nadie con un grado de estudios a nivel nacional especializado en distribución o exhibición porque no existe. En todo México, no hay especialidades, maestrías y mucho menos doctorados enfocados en dichos temas; existen talleres, cursos, realizados por profesionales y con apoyo de instituciones de renombre, pero se limitan a eso, no cuentan con el peso de un grado de estudios. En dichas tareas, podemos encontrar a creadores, cineastas, gestores culturales, comunicólogos y especialistas en áreas como marketing o economía.

¿Existe industria cinematográfica en México?

La industria audiovisual en México es grande, en el año 2022 CANACINE reportó que México se posicionó como el cuarto país a nivel mundial en venta de boletos, generando un total de 182 millones de boletos vendidos, hablamos de 607 millones de dólares convirtiéndolo en la taquilla número 11 a nivel mundial.

Estos números por sí solos son positivos, el problema radica en los estados que se posicionaron como los primeros lugares, dejando en evidencia la desigualdad ante complejos de salas comerciales, espacios alternativos y cinetecas. También es importante destacar cuales filmes son los más consumidos y en qué lugares de la república.

El anuario estadístico del cine mexicano de IMCINE 2022 declara un total de 948 complejos de comerciales, con un total de 7, 410 pantallas, fuera de los complejos comerciales cuenta con 782 espacios. El estado con el mayor número de complejos de cine comercial es la Ciudad de México con 214, seguido de Nuevo León con 69 y Jalisco con 63; los estados con el mejor número de complejos son Zacatecas con 6, seguido de Campeche y Colima con 7 cada uno, Tlaxcala y Baja California Sur con 9, finalmente Aguascalientes con 10.

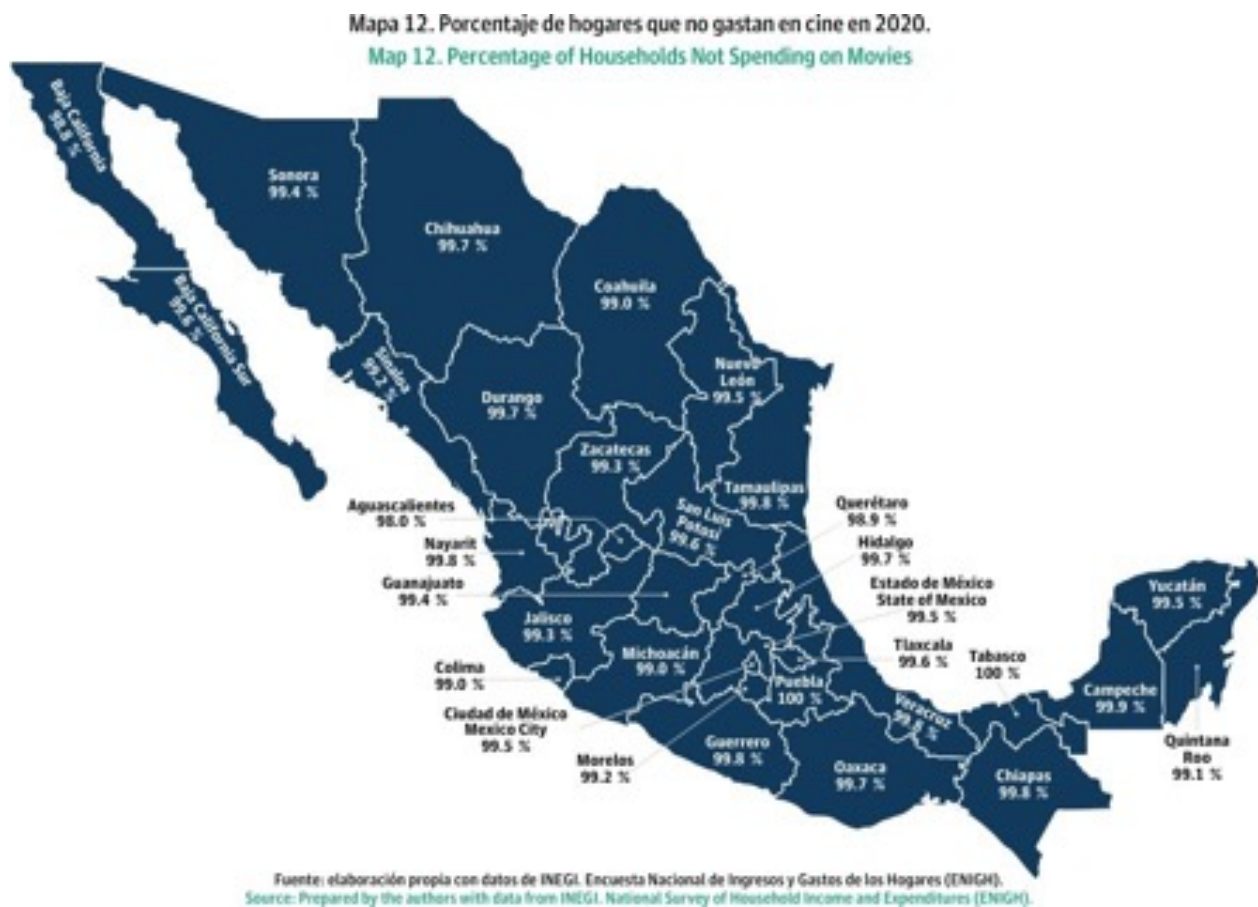


Figura 1. Mapa de porcentaje de hogares que no gasta en cine 2020, elaborado por IMCINE.

En el Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2022, se realizó un estudio de porcentaje de hogares que afirman no gastar en cine, gran parte del mapa muestra resultados arriba del 90%, estadística que parece difícil de comprender, sobre todo si se compara con los números que México presenta en la taquilla mundial y nacional.

En el año 2022 CANACINE reportó que, México se posicionó como el 4° país a nivel mundial en venta de boletos, generando un total de 182 millones de boletos vendidos, generando un total de 607 millones de dólares convirtiéndolo en la taquilla número 11 a nivel mundial.

Estos números por sí solos son positivos, el problema se encuentra en los estados que se posicionan como los primeros lugares, dejando en evidencia la desigualdad ante complejos de salas comerciales, espacios alternativos y cinetecas. También, es importante destacar cuales filmes con los más consumidos y en qué lugares de la república.

En cuanto a las producciones mexicanas, se generaron un total de 377' 214, 725 de pesos, el género más vendido fue comedia, generando un total de 215' 104, 242; seguido por horror que generó un total de 88' 761, 608, el género menos popular fue el romance con 10, 895. Estos números, son resultado de la centralización de las artes y la educación, marcando a los estados mediano y pequeños, sobre todo aquellos sin grandes ciudades como una periferia, las distribuciones no buscan estas zonas demográficas para asegurar ventas con las que cuentan en otros espacios.

¿Dónde ver buen cine mexicano?

Existen espacios de exhibición, los físicos y los digitales; en los físicos se encuentran los complejos de salas comerciales, las cinetecas, los cines clubs, salas independientes, centros culturales. Los espacios digitales se encuentran, dentro de las plataformas digitales, muchas de estas son híbridos entre la distribución y exhibición, como lo es streaming y VOD; las discusiones sobre estos son constantes.

Existen proyectos de exhibición y distribución itinerantes, estos no cuentan con una sola sala oficial, su forma de trabajo es más de un espacio, esto puede formar parte de la naturaleza de los proyectos y/o de las necesidades ante la ausencia de espacios. Estos proyectos suelen usar espacios públicos como parques e incluso colaborar con espacios como centros culturales, cafeterías, restaurantes, bares, entre otros.

Cada espacio existe bajo sus propias necesidades y objetivos, así como sus posibilidades y limitantes, fuera de los complejos de salas comerciales, es fácil encontrar proyectos con múltiples ramas que no logran definir sus giros, es tarea de los exhibidores darles forma a estos proyectos.

La industria cinematográfica en México avanza a grandes pasos, dentro de las universidades, productoras desde independientes a proyectos cada vez más significativos, festivales de cine, ciclos, espacios de exhibición desde complejos de salas comerciales como es el bipolio Cinépolis y Cinemex, hasta servicios de *streaming* que responden a diferentes

públicos desde aquellos de giro comercial como *Netflix* a públicos más especializados como *MUBI*, sin dejar de lado aquellos que cuentan con apoyo gubernamental como *NUESTRO CINE* anteriormente conocido como *Filimin Latino*.

Las plataformas de *streaming* han logrado mediante vías legales tirar algunas de estas barreras, debemos de comprender a las mismas como un servicio en el que los procesos tanto de distribución como exhibición trabajan no solamente a manera de cadena, se interponen entre sí por la naturaleza de los mismos, estos servicios han otorgado la oportunidad de acceder legalmente y sobreponiéndose a problemáticas que se mantienen en las salas comerciales, como lo es ubicación, precio de boletaje y horarios, el streaming permite a sus usuarios elegir esto.

Las salas de cine comercial presentan una curaduría en sus salas, estas son entendidas primeramente como un negocio, mismos que pueden limitar a la accesibilidad a cierto tipo de películas, manejan en recintos especiales aquellas producciones que pueden ser leídas como cine de otra mirada, alternativo y/o de arte, marcando estos espacios como elitistas.

Ante la necesidad de anteponerse a los bipolios de exhibición, nacen espacios alternativos, como cineclubes, salas independientes, centros culturales y proyectos enfocados a las necesidades que son ignorados por espacios manejados desde el capitalismo o prejuicios, el Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2022 registró un total de 782 espacios de exhibición fuera de complejos comerciales, así como 234 eventos o festivales de cine; es importante destacar que algunos de estos cuentan con rutas a lo largo de la república como lo son el caso de las muestras de la Cineteca Nacional, Ambulante y el Festival de Cine de Morelia.

Dentro de los servicios de streaming, los cuales son accesibles solamente para un grupo limitado de personas que cuenten con equipo para acceder al mismo, así como el aumento de pago de servicios de luz, internet y una suscripción mensual, el Anuario de cine Mexicano registró un total de 4, 634 proyectos nacionales en las 33 diferentes plataformas disponibles a nivel nacional, la plataforma con mayor número de estrenos fue *Filimin Latino / Nuestro Cine*, una plataforma gratuita con apoyo gubernamental con un total de 701 estrenos, las plataformas *nekitu* Y *Apple TV* no registraron estrenos de producciones nacionales.

Conclusiones

El cine mexicano presenta un sinfín de producciones de calidad, sin embargo, debemos de superar una serie de factores, desde la educación para que sean los artistas quienes conozcan los procesos para la visualización y comercialización de sus productos, ya sea desde la auto gestión o las alianzas con profesionistas en dichos temas.

El apoyo a espacios alternativos como cinematecas, cineclubes, casas de cultural, centros culturales, etc., así como la constante capacitación para el desarrollo desde la legalidad para el empuje a la economía desde el cine, que culmine con impacto positivo en diferentes grupos sociales. No basta con que las casas de la cultura generen ciclos de cine, sobre todo si lo realizan sin pagar derechos de autor y sin pensar en los diferentes públicos, esta debe de reconocer las necesidades y generar espacios seguros que fomenten un consumo.

Una de las bases de esta problemática se encuentra en la educación, pues es necesario que los estudiantes de artes audiovisuales comprendan dichos procesos, así como la importancia de los mismos, si reconocerles como artistas, pero hacerles comprender que se encuentran dentro de una industria y todo lo que conlleva la misma.

Las grandes cadenas de cine comercial deben generar planes de formación de públicos, no pueden dejarse llevar por prejuicios sobre las producciones nacionales para la selección de las sedes, el tipo de sala y horarios, nadie debería conducir dos horas para poder acceder a una proyección que, además, presenta un costo elevado por ser llamado “cine de arte”, sobre todo cuando las artes y el acceso a las mismas son un derecho humano.

Bibliografía:

CANACINE (2022) resultados definitivos 2022, 10 de Enero al 31 de diciembre 2022.

Instituto Mexicano de Cinematografía IMCINE, (2023) Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2022, Instituto Mexicano de Cinematografía.

Ley federal de Cinematografía, [LFDC]. (2021). México.
Izquierdo, J. (2007). La distribución como proceso para el consumo. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital. [Tesis doctoral, Universitat Jaume I].

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization *UNESCO*. (2010) *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales*.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization *UNESCO*. (2013) *Textos fundamentales de la convención de 2005 sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.